



旅游规划设计年鉴

THE YEARBOOK OF TOURISM PLANNING & DESIGN

(2014年)

《唐人旅游规划设计年鉴(2014年)》编写组 ○ 编著

中国旅游出版社

唐人旅游规划设计年鉴（2014 年）

《唐人旅游规划设计年鉴（2014 年）》编写组 编著

中国旅游出版社

责任编辑：郭海燕

责任印制：冯冬青

图书在版编目（CIP）数据

唐人旅游规划设计年鉴.2014 年 /《唐人旅游规划设计年鉴》编写组编著.--北京:中国旅游出版社, 2014.9

ISBN 978-7-5032-5045-3

I. ①唐... II. ①唐... III. ①旅游规划—中国—
2014—年鉴 IV. ①F592.1-54

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 195961 号

书 名：唐人旅游规划设计年鉴（2014 年）

作 者：《唐人旅游规划设计年鉴（2014 年）》编写组

出版发行：中国旅游出版社

（北京建国门大街甲 9 号 邮编：100005）

<http://www.cttp.net.cn> E-mail:cttp@cnta.gov.cn

营销中心电话：010-85166503

排 版：北京世纪唐人旅游发展有限公司

经 销：全国各地新华书店

印 刷：廊坊市兰新雅彩印有限公司

版 次：2014 年 9 月第 1 版 2014 年 9 月第 1 次印刷

开 本：787 毫米×1092 毫米 1/16

印 张：10

字 数：200 千

定 价：78.00 元

ISBN 978-7-5032-5045-3

版权所有 翻印必究

如发现质量问题，请直接与发行部联系调换

不考察不規劃

無創意不生存

序 言

新五年、新愿景、新动力

——写在世纪唐人成立 15 周年暨盛世唐人成立 3 周年庆典之际

八月，是个喜事、好事、大事扎堆的月份。1999 年的 8 月 2 日，我辞职离开北京市旅游局，加入刚刚成立一年的世纪唐人。于是，公司将 8 月作为世纪唐人成立的日子。2011 年的 8 月 8 日，盛世唐人成立，唐人的旅游规划设计业务走上了专业化道路。2010 年 8 月 26 日，我初为人父，轩哥的降生让我知道了比工作和事业更重要的，是生活和家庭。

时光飞逝，以上述时间节点算来，世纪唐人成立 15 年了，盛世唐人开业 3 年了，我儿子马上 4 岁，已经成长为一个小大人了。

加盟唐人以来，明德老师对我和唐人一直呵护有加。世纪唐人成立 5 周年时，小安先生殷切期望：要把唐人办成百年老店。世纪唐人成立十周年时，义丰老师语重心长：要把唐人办成晓军咨询。又一个五年过去了，唐人向百年老店和专业智库的宏伟目标和美丽梦想又迈进了一步。这一步，迈得足够大胆，走得足够艰辛。

过去的五年，是唐人转型的五年。

五年前，唐人在北京市延庆县柳沟村“一个以火盆锅豆腐宴闻名于世、创造了被称为‘柳沟奇迹’的小村落”举办了十年庆。在此而不是城区的五星级酒店举办，就是为了向世人宣告，唐人准备进军旅游规划市场，准备专注于乡村旅游规划领域。五年的时间，唐人用诸多转型，将自己锻造成了一个旅游规划甲级资质单位，一个国内响当当的旅游咨询服务品牌。

主营业务的转型。五年前，唐人主要从事旅游营销策划、旅行社组团和社区培训三项业务，旅游规划只是浅尝辄止，略有涉足。在编制《南昌市旅游发展总体规划》等一系列区域和景区规划，熟悉业务、锻炼队伍、积累经验的同时，我看到了旅游规划市场的潜在发展空间和乡村旅游规划市场的巨大供给空白，于是决定集中公司优势资源，全力开展旅游规划业务，并将乡村旅游规划研究作为主攻方向。实践证明，这一战略决策和具体举措是正确的。五年来，唐人承接了大量乡村旅游规划、研究和设计项目，在乡村旅游规划领域确立了地位，形成了特色。现在，旅游规划设计业务已

经成为唐人集团的核心业务和主要收入来源。在乡村旅游规划设计研究领域的实力，令唐人成为国内规划领域不可忽视的力量。

管理模式的转型。为了减少管理层次，杜绝冗员，唐人取消了国内旅游规划设计单位普遍采用的院一所两级管理架构，取而代之以项目经理制。此项制度推行之初，就像所有改革一样，也遭遇了不理解、不适应甚至是抵触，但是两年多的实践证明，项目经理制可以极大地锻炼和提高中层干部的管理能力，可以极大地发挥每个普通规划师、设计师、分析师的潜能，可以最大限度地发现人才、选拔人才、使用人才，当然也可以最大限度地发现“南郭先生”。此项制度，为唐人在人员规模稳步扩大的同时加强团队建设，起到了重要的保障作用。

管理手段的转型。唐人在 2010 年引进和使用管理信息系统，结束了随意的、人工的、传统的粗放式管理，开始了信息化、规范化、制度化、标准化管理新阶段。由最初的不适应甚至不知所措，到现在的得心应手，唐人的企业信息化建设进展顺利，不仅提高了工作效率，规范了工作流程，而且长期以来积累的大数据开始逐渐在客户关系管理、质量控制管理等诸多领域发挥重要作用。

治理模式的转型。企业的可持续发展，仅仅有一个出色的总经理是不行的，还必须有一个团结如一人、特别能战斗的管理团队。为了尽快让唐人由不可持续的能人治理模式过渡到可持续的团队治理模式，近年来我有意识地逐步退出生产、管理第一线，集中精力于质量管理、市场开发和新业务的培育。年轻的唐人管理团队在经历了失败痛苦、挫折的失意和更多的成功的喜悦等水与火的淬炼后，逐步走向成熟。我相信，再有五年左右的时间，这批走出校门就加盟唐人、我手把手带出来的 80 后管理者，完全可以担当起唐人百年老店建设的历史重任。

质量管理的转型。质量是唐人的生命。为了加强质量管理，为客户提供稳定的、甚至超出预期的智力服务，唐人成立了由我直接管理的质量控制部，从而实现了以制度建设重塑质量管理体系的目标，从根本上改变了以往每个项目只靠我亲力亲为的传统质量管理方式，彻底优化和提升了质量管理水平。在制度完善和实施过程中，唐人的服务水平一度出现了波动，甚至发生了客户终止合同的极端事件。但是，随着问题导向型质量管理制度的不断完善，唐人的质量管理已经由最初的结果管理延伸到了现在的过程管理，由只奖不罚进化到了奖罚分明，一套具有鲜明唐人特色、行之有效的质量管控体系已经基本建立并且发挥了威力。

市场开发的转型。为了扩大影响，锻炼队伍，实现增量，唐人的市场开发在一直以来被动、静止的口碑营销、老客户介绍新客户的基础上，增加了投标方式。年轻的市场部团队，善打硬仗，不惧压力，经常在竞标市场上摧城拔寨。频频传来的中标消息，极大鼓舞了唐人团队，增强了集体荣誉感和自豪感。

转型是痛苦的，也是快乐的。当苦尽甘来，唐人站在新的五年的起点上，我们是不是可以这样展望：未来的五年，唐人的乡村旅游由规划设计，步入专业研究；由空间的乡村，步入专业的生态、文化、体育；唐人的业务架构，由旅游规划设计业务一支独大，多元化为以规划设计为引领，以“唐乡”、“唐驿”等新业态投资运营为支撑，以竞争力评价为特色，以营销策划实施为补充的复合体系呢？

年轻的唐人，我看好你们。

让我们一起，追逐梦想，飞扬青春，做一群幸福快乐的唐人。

唐人董事长、首席分析师

张晓军

2014年8月15日夜，于西安咸阳机场

《唐人旅游规划设计年鉴（2014 年）》

编写组

主 编：张晓军

编 委：（按姓氏笔画排列）

王泽峰 王爱萍 王 敏 尹淑芳

刘 丹 刘爱丽 李 飞 吴 琳

张 洋 金银姬 郅春燕 秦 冉

黄 霞 崔 旭 穆晓雪

图文编辑：（按姓氏笔画排列）

王 敏 黄 霞

版面统筹

王 超

目 录

区域规划

湖北省鄂州市鄂城区长港镇旅游发展总体规划	3
甘肃省陇南市徽县旅游业发展规划	12

乡村旅游规划

山东省五莲县乡村旅游发展总体规划	23
北京市平谷区大华山桃花谷沟域经济规划	33
山东省青州市乡村旅游发展总体规划	52
山东省栖霞市艾山温泉小镇旅游总体规划暨核心区域修建性详细规划	60
海南省万宁市“海南味道”排溪社会主义新农村建设起步区概念性规划	71

景观设计

北京市老爷车博物馆改造方案	79
北京市平谷区同乐活庄园景观设计方案	85

景区规划

辽宁省葫芦山庄核心节点改造设计方案	93
北京市平谷区丫髻山景区总体规划.....	103
甘肃省兰州市七里河区石佛沟旅游区总体规划	111

专题研究

北京市社区旅游志愿者服务模式研究.....	121
北京市京郊旅游年度报告（2012 年）	146

附 件

2013 年唐人大事记	153
旅游规划通则	157

THE YEARBOOK OF TOURISM PLANNING & DESIGN
旅游规划设计年鉴(2014年)

区域规划

唐人



湖北省鄂州市鄂城区长港镇 旅游发展总体规划

委托时间：2012年2月15日

项目组成员：张晓军、王敏、李新妮、张婷、刘子源、赵阳

入编理由：本项目独创性地构建了“长港镇旅游资源评价指标体系”，并运用层次分析法（AHP），定量对比分析了长港镇旅游资源的竞争力，前瞻性地提出了乡镇旅游发展趋势，以专业、专注、专攻的品质服务赢得了甲方的赞誉，叫响了唐人品牌，打响了鄂州旅游规划市场的头炮。

项目背景：作为全省第二批旅游名镇创建单位，长港镇一直把创建旅游名镇作为转变经济发展方式、推进新型城镇化建设、促进群众致富的有力抓手。围绕打造旅游精品的目标，长港镇委托本公司编制了《鄂州市鄂城区长港镇旅游发展总体规划》。作为巩固湖北市场、开拓鄂州市场、树立唐人品牌的典型项目，《鄂州市鄂城区长港镇旅游发展总体规划》以“中国农业活态博物馆”为总体目标，以“宁静的长港，家乡的味道”为形象定位，以“以农为基、产业融合，项目引领、完善功能，亮点引爆、逐级推进”为发展战略，规划“一网九区”的空间格局，通过8大重点项目的建设，明确了长港镇旅游发展的重点所在。

一、研判

长港镇地处鄂州市中部，东与杜山镇接壤，东南与大冶市黄金湖乡交界，西南毗邻梁子湖区东沟镇，北部与红莲湖旅游度假新城、蒲团乡为邻；受武汉城市圈辐射，是武汉、黄石、鄂州三大城市的“金三角”地带。

内部交通形成以 S239 为主干，村村通为支线的交通网络；新建汽车站有直达武汉市、鄂州市城区和梁子湖区太和镇的线路；水路形成 4 港 5 线纵横交错贯通的水网格局，经长港可直通梁子湖、长江。

外部交通形成由 S239 连通武黄高速、汉鄂高速、鄂咸高速、疏港高速组成的公路网；规划中的城际铁路横贯区域南部；经鄂州、武昌、武汉火车站可达全国各地；距武汉天河机场仅 1 小时车程。

长港镇地形平坦，地貌结构单一，属湖区平原，有 4 座小山（峒山、小峒山、小锚山和石头山），均属湖中断层山。四季分明，水系发达，水质良好。

长港镇辖 5 个行政村（峒山、高沟、夏沟、东沟、滨港）和 1 个居委会。外出务工人口较少，劳动力人口较为充足，以农业种植、林果种植和水产养殖为主要收入来源。

2012 年，长港镇国内生产总值（GDP）5.1 亿元，三次产业比例为 40.8：27.6：31.6，居民人均纯收入 9595 元，是传统农业大镇。



总平面图

二、定位：空间、产业、形象

第 1 条 总体定位

以农业文化主题为统领，开发休闲体验农业，构建拓展农业旅游链条，兼具民俗体验、生态游憩、滨水观光等专项旅游产品，通过打造主题性旅游基地和项目集群，将规划区建成影响鄂州市、辐射武汉城市圈的中国农业活态博物馆。

第 2 条 空间布局

综合考虑规划区地块特征、产业基地、资源禀赋、发展现状等因素，以“以路为轴、沿路发展，东扩西进、协同发展，水陆结合、港镇共融”为布局思路，形成“一轴两翼三支撑”的空间布局——一轴：以 S239 交通干线为载体的发展轴；两翼：分布于发展

轴两侧的南北地块；三支撑：以 3000 亩湘莲湿地、镇区及林果种植为核心的区域。

第 3 条 功能分区

以整合资源，突出主题形象；集聚要素，实现集群布局；对接交通，拓展发展区域；保护生态，预留发展空间为原则，将规划区划分为“一网、九区”。九区各有侧重，完美糅合了情味、乡味、野味、禅味、土味、鲜味、农味、甜味和香味，共同演绎了“宁静的长港，家乡的味道”的主题形象。

一网：“漫游”水网。

九区：包括“闲心”游客综合服务区、“忆乡”水乡人家印象区、“访荷”湿地风情休闲区、“怡情”文化养生度假区、“品园”有机农业示范区、“觅鲜”特色鱼鲜体验区、“购礼”农产品加工展销区、“乐活”时令果蔬采摘区、“寻香”缤纷花卉游憩区。

第 4 条 宣传口号

宁静的长港，家乡的味道

第 5 条 形象设计

Logo 采用色彩明亮、造型时尚、抓人眼球的设计，首先提炼最能体现长港特色的水网形成“长港”二字，用不同色块置底突出规划区以农业为依托的大地景观，中间以镂空的莲花为点缀，凸显规划区的特色产业。



三、建设：产品、项目、服务

第 1 条 旅游产品体系

1. 生态观光型旅游产品

对长港农业产业进行整合优化的同时，并对其附加旅游功能，拓展农业产业链，打造以荷塘月色湿地公园、农情好礼展销中心、盆景盆栽品质园、活水公园等为主的现代农业观光产品。

2. “港口”游览型旅游产品

依托区内的五线四港，打造以亲水游憩和特色水上游线为主的“十里长港”港口游览旅游产品。

3. 水乡体验型旅游产品

依托水乡居民的风俗习惯，打造水乡人家、鳄和鱼鲜食坊、盆景盆栽品质园等水乡民俗体验旅游产品。借鉴台湾和国外乡村旅游经验，开发极具创意的新奇特农产品试吃会、涂牛大赛、盆景制作大赛、钓鱼节等特色节庆体验旅游产品。

4.都市农业型旅游产品

在充分分析主要客源市场居民消费习惯的基础上，开发花海乡情庄园、百果休闲汇等乡村休闲体验类旅游产品。

5.养生休闲型旅游产品

在深入挖掘规划区水乡文化和农耕文化的基础上，开发招隐寺、香客精舍、花海乡情庄园、蛙吟居等养生休闲产品。



滨水休闲街效果图

第 2 条 重点项目

1.荷塘月色湿地公园

选址于二线港以北，夏沟港以东的区域，占地 30000 亩。定位为规划区旅游核心吸引物，新型农田湿地公园。规划地以种植的 3000 亩湘莲为核心，配置其他作物种植和养殖，对水道进行疏浚和景观改造，打造千亩荷塘湿地景观；对周围环境进行荷花主题景观小品营造，形成集旅游观光、休闲娱乐、科普教育、运动休闲、养生度假于一体的乡村湿地公园。建设内容包括千亩荷塘景观、荷花馆、“荷塘晓月”实景演艺、萤火虫公园。

2.蛙吟居

选址于港汊沿岸，根据地形和水网延伸情况，利用港汊沿岸和田间地头空地发展少量水岸房舍、休闲会所，实现游客住在“田头”、吃在“地边”，回归田园生活，亲密接触自然的诉求。

3.百果休闲汇

选址于高沟村，以丰富的果林资源为依托，建设富有浓郁的创意性、休闲性、娱乐性的百果汇集区，为度假者提供乡村风味浓郁的集采摘、娱乐、休闲、住宿于一体的主题度假区。项目以家庭农场为运营方式，采取“点—线—面”的建筑空间组合方式。建设内容有草莓乐园、南瓜屋、玉米屋、垂钓园、DIY 创意地盘、百果采摘园。

4.水乡人家

选址于峒山社区周边，依托现有乡村旅游接待设施，以周边城市为目标客源市场，集聚餐饮住宿、休闲娱乐、民俗体验等功能，构建规划区“水乡人家”乡村旅游品牌。

5.招隐寺

选址于峒山现招隐寺，定位为佛教朝觐、养生休闲。对招隐寺进行修缮和扩建，增设放生台、殊胜法螺、吉祥佛珠、眸莲台、祈福广场等朝觐设施和景观小品，营造佛教氛围。修建禅修房、素食餐厅，修缮招隐寺的上山道路，设计修建峒山游步道，在适合地点修建观景平台、户外运动休闲设施、景观小品等。



水系效果图

6.香客精舍

选址于峒山周围（原峒山村），利用峒山南部天然地形，依山傍水修建融入佛教元素的香客精舍休闲会所，提供生态休闲、主题餐饮、商务会议等服务设施。

7.盆景盆栽品质园

依托优良的气候资源和本真的生态资源，建设盆景盆栽品质园，与相关地产商、零售商进行合作实现订单化作业，为游客提供游憩观赏的场所。建设内容有盆景盆栽管理中心、花草植物盆景园、树木植物盆景园、山水植物盆景园。



香客精舍效果图

8. 花海香情庄园

选址于东沟村中部，以种植大面积的花卉为资源依托，以女性市场为核心市场，提供花卉休闲、观光、娱乐、住宿等服务设施。建设内容有姐妹汇（“onlylady”主题酒店、星座主题客房、姐妹会所）、花海 SPA 水疗馆。

四、营销

第 1 条 营销策略

1. 形象导向与市场导向相结合营销

以农田湿地为代表的长港，注重形象导向；以环境为代表的休闲长港，应该注重市场导向。

2. 传统媒体与新媒体相结合营销

以形象为导向的农田湿地长港，应该选择传统媒体；以市场为导向的休闲长港，应该选择新媒体，以更加精准地把握休闲旅游市场动态和捕捉客群消费习惯。

3. 矩阵手法营销

选择矩阵手法开发休闲旅游市场，更为有效地与市场对接，形成互动。

4. 重平台与重内容相结合营销

依托灵秀湖北宣传片，打造高端营销平台的同时，在宣传过程中以“宁静的长港，家乡的味道”为特色，全面渗透客源市场。